



面向21世纪课程教材

普通高等教育“十一五”国家级规划教材

国家级精品课程教材

高等学校工商管理类专业核心课程教材

# 管理学

(第四版)

周三多 主 编

陈传明 副主编

高等教育出版社



面向21世纪课程教材

普通高等教育“十一

国家级精品课程教材

高等学校工商管理类专业核心课程教材

# 管理学

(第四版)

周三多 主 编

陈传明 副主编

## 内容简介

本书是教育部“面向 21 世纪教学内容和课程体系改革计划”以及高等教育出版社“高等教育百门精品课程教材建设计划”的研究成果,是“面向 21 世纪课程教材”和高等学校工商管理类各专业核心课程教材。编写者借助长期从事管理学基础理论教学与研究的实践经验,根据理论与实践相结合的原则,汲取中外管理思想和管理理论的精华,分析了人类不同管理活动的共同特征,设计了管理学研究的总体框架,从过程角度系统阐释了管理学的基本原理,探讨了市场经济条件下管理者的伦理道德要求,描述了全球化背景下管理的决策、组织、领导、控制以及创新等职能活动的一般规律。

本书阐述的内容虽多以企业管理活动为背景而展开,但在此基础上导出的一般理论与方法显然也可运用于企业之外的非营利性组织管理。因此,本书既可作为高等学校工商管理类各专业的教材,也可供人文社科其他相关专业选用,同时还可为那些希望更好地理解社会生活中的管理现象或有意提高自己管理能力的社会读者提供借鉴。

## 图书在版编目(CIP)数据

管理学 / 周三多主编. -- 4 版. -- 北京: 高等教育出版社, 2014. 12

ISBN 978-7-04-041112-6

I. ①管… II. ①周… III. ①管理学-高等学校-教材  
IV. ①C93

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2014)第 211780 号

策划编辑 张冬梅  
插图绘制 郝林

责任编辑 雷雪  
责任校对 刘丽娴

封面设计 姜磊  
责任印制 刘思涵

版式设计 童丹

出版发行 高等教育出版社  
社址 北京市西城区德外大街 4 号  
邮政编码 100120  
印刷 唐山市润丰印务有限公司  
开本 787mm×1092mm 1/16  
印张 21.5  
字数 510 千字  
购书热线 010-58581118  
咨询电话 400-810-0598

网 址 <http://www.hep.edu.cn>  
<http://www.hep.com.cn>  
网上订购 <http://www.landaco.com>  
<http://www.landaco.com.cn>  
版 次 2000 年 1 月第 1 版  
2014 年 12 月第 4 版  
印 次 2014 年 12 月第 1 次印刷  
定 价 35.00 元

本书如有缺页、倒页、脱页等质量问题,请到所购图书销售部门联系调换  
版权所有 侵权必究  
物料号 41112-00

# 总前言

高等学校经济学类核心课程和工商管理类核心课程是在高等教育面向 21 世纪教学内容和课程体系改革计划“经济学类专业课程结构、共同核心课程及主要教学内容改革研究与实践”和“工商管理类专业课程结构及主要教学内容改革研究与实践”两个项目调研基础上提出、经经济学教学指导委员会和工商管理类教学指导委员会讨论通过、教育部批准的必修课程。其中,经济学类各专业的核心课程共 8 门:政治经济学、西方经济学、计量经济学、国际经济学、货币银行学、财政学、会计学、统计学;工商管理类各专业的核心课程共 9 门:微观经济学、宏观经济学、管理学、管理信息系统、会计学、统计学、财务管理、市场营销学、经济法。这些课程确定后,教育部高教司组织有关专家制定了各门课程的教学基本要求,并组编了相应的各门教材。各门课程的教学基本要求及相应教材由高等教育出版社于 2000 年秋季出齐,供各高等学校选用。

教育部高等教育司

2000 年 3 月

# 第四版前言

《管理学》这本教材自2000年1月初版问世,距今已有15个年头。过去的15年中国经济迅速腾飞,作为中国经济微观主体的企业,其产权制度和经营机制也在不断完善,管理活动的场域和环境发生了根本性的变化。教材第二版和第三版的修订中,我们努力回应了这些变化。本次修订之前,高等教育出版社在北京和重庆组织了两次来自全国20多所高校讲授“管理学”课程老师的座谈交流会,与会同行和出版社的有关领导对本版修订提出了许多非常宝贵的意见和建议。据此我们在本次修订中对教材的内容和相关文字进行了斟酌,增加了企业危机的应对与管理(第十四章第三节),调整或补充了第一篇、第二篇、第四篇以及第五篇的相关案例。借此机会向参加两次座谈会的同行表示诚挚的谢意!

管理学的研究对象是人类的管理活动,管理理论是在总结人们管理实践经验与教训的基础上发展起来的。同时我们也知道,任何社会成员都是处在一定的管理关系中的。不论是管理学的授课对象还是管理学的讲授者,他们都是管理中的人,对管理这个问题都不陌生,对社会生活中的管理实践都有着不同的感受,从而也会在此基础上有着不同程度的思考。把一个大家都认为比较熟悉的主题研究好、讲好,这可能是一件不太容易的事。北京和重庆的两次座谈会以及高等教育出版社2014年7月在西安组织的工商管理教学研讨会上,大家对如何讲好这门课程以及如何处理管理学教学与科研的关系进行了热烈的讨论。受讨论中同行发言的启发,同时也根据我们对多年管理学教学与研究实践的总结,我们认为,要讲好“管理学”这门基础理论课程,可能需要在以下几个方面多做一些努力和尝试。

第一,要注意管理学教学的学术性与应用性的结合。

管理学是源自人类自己的管理实践,同时又用来指导人类管理实践的科学,其应用性特征非常明显。管理学的讲授者不仅要熟知管理的一般理论、原则和方法,而且要熟悉这些原则和方法应用的具体背景条件。只有把管理学的一般知识放在特定组织进行的具体活动背景下去介绍和分析,才能把管理学讲活。因此,管理学的教师必须借助各种形式、通过各种渠道,去接触和了解不同组织的管理实践,在此基础上用案例或事例来解释或佐证相关的管理理论。

与此同时,管理学的教师也必须认识到,应用性特征越是明显,对讲授者的学术性要求可能也就越高。把一个每个人可能都有自己独特感受与认识的问题讲出理论来,讲授者可能必须具有相当的理论功底。这个理论功底不仅指讲授者要非常熟悉管理的理论体系,了解不同管理理论流派的特点及其演进,能够用严密的逻辑和严谨的层次系统地介绍管理的一般理论、原则和方法,而且要求管理学的教师对管理的本质及其现象进行自己的思考和研究,并把这些研究成果及时地在课堂上与同学分享。“管理活动的维持与创新特征”、“企业的结构化功能”等便是我们自己在不同阶段的教学中思考的结果,并逐步纳入到教学

体系中的。在某种意义上甚至可以认为,学术性是管理教学的生命线。

第二,要注意管理学教学与管理学理论研究的相互支持。

管理学教学中体现的学术性须以管理学教师高水平的理论研究为基础。管理学工作者的理论研究与其教学应该是相互支持的。要通过教学促进科研,同时通过科研“反哺”教学。

我们认为,教书是教师的“天职”,教师应该“以教为本”。对大部分高校教师来说,教书可能是我们终身的职业,我们职业生命中绝大部分时间应该是与教学有关的。“以教为本”首先意味着教师在任何情况下都不能以任何借口拒绝教学工作的安排。除了教学外,许多高校教师还承担了大量的校内外行政、社会服务等工作。但我们应该明白,所有这些都是兼职,教书授课才是我们的本业,在任何时候我们都不能“不务正业”。

“以教为本”还意味着我们要认识到,科研是为教学服务的。要从教学中寻找研究课题,通过科研来解决教学中发现的问题,完善课程的理论体系。大家都熟悉的诺贝尔经济学奖获得者科思关于企业性质的研究,就是源于他在刚走上讲台时发现经济学的现有理论无法解释企业组织存在的社会理由,从而思考并提出了半个多世纪以来在经济学及相关学科产生了重大影响交易成本理论。20世纪80年代中期以来我们一直坚持为本科生讲授“管理学”课程。长期的教学实践促使我们几乎思考了管理学的每一个基本问题,从而不仅帮助我们形成了比较扎实的管理学的理论基础,而且使我们在这个过程中发现了许多值得研究的课题。我们主持的多项国家自然科学基金资助项目、教育部博士点基金项目便是在此基础上申请获得的。从教学中发现的这些课题的研究又反过来促进了我们教学中所体现的理论水平的提高。

第三,要注意用其他学科的知识来丰富管理学的教学和研究。

学术水平的提高,要求管理学工作者不仅要系统地掌握本专业的理论知识,而且要注意从其他学科汲取营养、丰富和完善自己的知识结构。管理的本质是协调人的行为。人的行为选择及其调整是一个非常复杂的过程。这个过程要受到许多个人内在和/或外在因素的影响。这些因素对作为个体或群体的人在组织内部或外部行为选择过程中的影响机制是许多人文或社会学科研究的主题。因此,研究人的行为协调的管理学需要在其他人文社会科学中寻找理论支持。当然,这可能也是人文社科研究领域的共同特征。诺贝尔经济学奖获得者哈耶克在芝加哥大学社会科学研究大楼启用25周年纪念大会上的演说中曾经指出,“没有人仅仅作为经济学家也能成为一名伟大的经济学家——我甚至不禁要说,如果一个经济学家仅仅是经济学家,他即使算不上一个危险人物,也可能是一个令人讨厌的家伙”<sup>①</sup>。经济学家也好,社会学研究者也好,如果他只有自己专业的理论与方法而缺乏其他学科必要的理论支持,则其研究视野和研究成果将会受到很大的限制。管理学研究对象的特点决定了它在这个方面的特征尤为明显。“管理学”课程的讲授者要在教学与研究的实践中注意广泛猎取其他学科的知识,以强化我们在研究中的问题意识,增进我们的学术敏感性,以努力提高我们研究成果的学术质量。

第四,要注意从描述人的活动的其他文献材料中获取管理学的知识。

管理理论是对人的管理活动一般规律的总结,对人的管理活动是人类一般集体活动或社会活动的基本特征:只要有人的集体活动,就会有对人的集体活动的管理。当然,只要有

<sup>①</sup> 专业化的困境.经济、科学与政治——哈耶克论文演讲集.南京:江苏人民出版社,2003:448

对人的集体活动的管理,就会有对人的管理活动的思考,从而有管理理论和方法产生的基础。管理活动的主体和客体都是人:管理既是对人的管理,也是通过人的管理。从这个意义上说,凡描述人的活动的所有文字材料,不论作者是否意识到,其中都可能对管理的思考,只要我们用心去读、去体会,都可能从中得到一些管理的启示。因此,管理专业的同学不仅可以从严肃的管理学教材或学术专著中寻找管理的理论真谛,而且可以从描述人的活动的其他类型的文献材料中寻求对管理学的理论观点的实践支持。描述人的活动的文字材料最常见的形式可能是小说、传记这类文学作品。通过对这类作品的轻松阅读和关联思考,不仅可以丰富同学们的管理知识,提高同学们运用相关知识分析问题和处理问题的能力,而且可以增进同学们学习管理学的兴趣。

我们相信,在大家的共同努力下,我们的“管理学”课程建设和教材建设将会不断完善。

周三多 陈传明

2014年7月28日于南京

## 第三版前言

《管理学》第二版自2005年出版以来受到了高等学校管理类专业师生以及企业管理实践者的广泛好评,众多读者对经过调整后的教材结构给予了充分肯定。基于这种认识,我们本次再版时没有变动教材的基本框架,而是根据企业经营环境的变化以及部分读者来信中的建议,重点对第二章“管理道德与企业社会责任”、第三章“全球化与管理”、第七章“战略性计划与计划实施”以及第十章“组织变革与组织文化”的内容进行了调整。

从某种意义上说,企业管理者是社会责任的受托者:负责任的企业经营者不仅要为企业内部的股东与员工利益服务,而且要为外部的相关利益群体,诸如供应商、客户、债权人、所在社区乃至全社会的其他成员谋求福利。然而非常遗憾的是,本书第三版修订之际,正遇上在国内外市场上被闹得沸沸扬扬甚至引发了对整个中国食品工业信任危机的“三鹿毒奶粉”事件,中国企业家的社会公德、责任心、甚至良心也因此而受到公众和媒体的拷问。有感于此,我们对企业道德与社会责任进行了许多思考,对教材第二章的相关内容进行了大量改写和补充。

我们生活在一个日益全球化的世界里。越来越多的企业从事着全球化经营,并通过分布在世界各地的子公司或代理机构的人力、物力、财力等要素的有效规划、组织、协调、指挥和控制,谋取全球范围内的竞争优势。即便是那些没有走出国门的企业,他们在国内市场的经营也需面对国际企业的竞争,因此,管理者也必须从全球视角来考虑诸如环境评估、对手分析、人员招聘与配置、资源获取与配置等一系列管理问题。有鉴于此,我们在本次再版时,对全球化的内涵及其对管理的要求进行了全面的重新审视,从不同层面分析了全球化的内涵,讨论了全球化的任务环境,分析了全球化管理者必须具备的关键能力,探讨了全球化环境下的企业经营对管理的计划、组织、领导和控制等职能的新挑战。

周三多教授设计了整体修订思路,并亲自重新编写了第二章“管理道德与企业社会责任”;陈传明教授协助周三多教授组织实施了本版教材的修订工作,修订了第十章“组织变革与组织文化”,贾良定教授重写了第三章“全球化与管理”、修订了第七章“战略性计划与计划实施”。

修订后本书各章节具体编写者如下:

周三多:第四篇领导(第十一、十二、十三章);

周三多、陈传明:第三篇组织(第八、九章);

周三多、谈儒勇:第一篇总论中的第一、二、四章;

陈传明:第六篇创新(第十六、十七、十八章)以及第三篇的第十章;

王其文:第二篇决策与计划中的第五章;

贾良定:第二篇决策与计划中的第六、七章以及第一篇总论中的第三章;



鲁明泓:第五篇控制(第十四、十五章)。

我们希望本书的出版能为高等院校经济管理类专业的教师与同学在讲授和学习管理学课程时提供一个有价值的研读范本,同时也希望能通过阅读此书对管理的实践者和管理理论的研究者的管理知识增进和管理能力提升有所助益。

在修订过程中我们仍努力运用了理论与实际相结合的方法:一方面,我们注意运用相关理论对企业管理中实际问题的分析,另一方面,也努力对管理实践中出现的一些新问题进行总结以求提炼出一些新的理论和方法。当然,实践的不断发 展要求管理的理论不断随之而更新。这将是本书作者们以及所有管理工作 者面临的永恒的任务。

周三多

2009年11月于南京

## 第二版前言

《管理学》作为“面向 21 世纪课程教材”于 2000 年 8 月出版以来受到了全国许多高等学校管理类专业师生以及企业界的广泛好评。据出版机构统计,全国有 100 多所高校选择本书作为本科生教学用书,有 50 多所院校将其指定为管理类专业硕士生入学考试的参考书,许多企业或专业培训机构也在管理培训中选用了本书,本书的发行量已近百万册。

大量读者使用此书后以各种方式与我们联系,在充分肯定教材内容、体系、形式和质量的同时,也向我们提出了不少修改和补充建议。作为一本读者面如此之广、受社会各界关注程度如此之高的教材的作者,我们深感责任和压力之沉重。书中任何微小的错误和疏漏都可能影响数万、乃至数十万读者,尤其面对莘莘学子,唯恐误人子弟。因此,我们一直在冥思苦想,一直在不懈努力,试图把本书写得好些、更好些。

一次偶然的机会有读到了一位著名华人布道家的讲稿,其中有一段非常精彩的语言我记忆尤深。这位布道家说道,“科学家给我们的是‘知’与‘不知’的问题;经济学家带来的是‘利’与‘害’的问题;道德家告诉我们‘可’、‘不可’行的问题;宗教家告诉我们‘善’与‘恶’的问题;哲学家讨论的是‘智’与‘愚’的问题。你研究哲学,使你不做笨事,要做智慧人;你研究科学,使你不做无知的人,而是做一个有学识的人;你研究宗教,你盼望不要做恶事,盼望行善;你研究经济学,为的是要得到更多的经济利益。”由此我想到,我们管理学家的使命是什么?要告诉人们什么?

按照传统的经典说法,管理学是要研究人们如何正确地做事。这在几十年前可能是完全正确的。但当科学决策方法和战略管理理论成为管理学的重要组成部分之后,管理学就不仅仅是要告诉人们如何正确地做事,而且要告诉人们如何做正确的事。所以,告诉人们正确地做正确的事,这才是当代管理学的使命。

正是鉴于这种认识,我们自 2004 年 7 月份起便开始组织了本书的修订工作。

此次修订,除了对每章的内容都进行了不同程度的调整修改外,我们着重在以下几个方面做了补充和完善:

第一,增加了“全球化管理”、“信息与信息化管理”及“决策与决策方法”等三章。“全球化管理”和“信息与信息化管理”这两章是为了进一步反映 21 世纪管理学的现实基础。因为全球化和信息化已经成为不可阻挡的潮流席卷了整个世界,改变了每个国家、每个组织甚至每个人的工作和生活方式,并且使管理工作发生了质的变化。巨大而迅猛的变化使世界和未来的不确定性更加突出,对科学决策提出了更为严峻的挑战,因而我们特别加强了“决策与决策方法”方面的内容。这些改变使本书更明确地形成了颇具特色的完整的结构体系。下面的管理学结构模型图标明了各部分应包括的核心内容与相应关系。图中某些提

法与本教材第二版各章的标题不尽相同,但精神是一致的。有了这个模型,可以更直观地帮助读者了解管理学的思想体系,掌握各部分内容与整体的关系,逐步接近“正确地做正确的事”这个光辉的顶点。

第二,每章正文结束后列举了若干思考题。通过对思考题的解答不仅可以帮助读者系统地回顾和思考本章介绍的相关理论和方法,还可以促进读者运用这些理论和方法去分析和解决管理实践中遇到的相关问题。

第三,在每篇正文结束后列举了两个综合性案例。通过对案例的阅读、分析和讨论,可以帮助读者把本篇的内容与我国企业(或其他组织)的管理实践联系起来,进行拓展性的思考,以便更深入地理解本篇的有关内容。

第四,为了方便教师备课和读者自学,准确地抓住各章的重点、难点,我们还专门组织编写了专为本书配套的习题和案例集。

南京大学的周三多、陈传明、鲁明泓、贾良定,北京大学的王其文以及上海财经大学的谈儒勇等老师参加了此次的编写和修订工作,具体分工如下:

周三多:第四篇领导(第十一、十二、十三章);

周三多、陈传明:第三篇组织(第八、九、十章);

周三多、谈儒勇:第一篇总论中的第一、二、四章;

陈传明:第六篇创新(第十六、十七、十八章);

鲁明泓:第一篇总论中的第三章,第五篇控制(第十四、十五章);

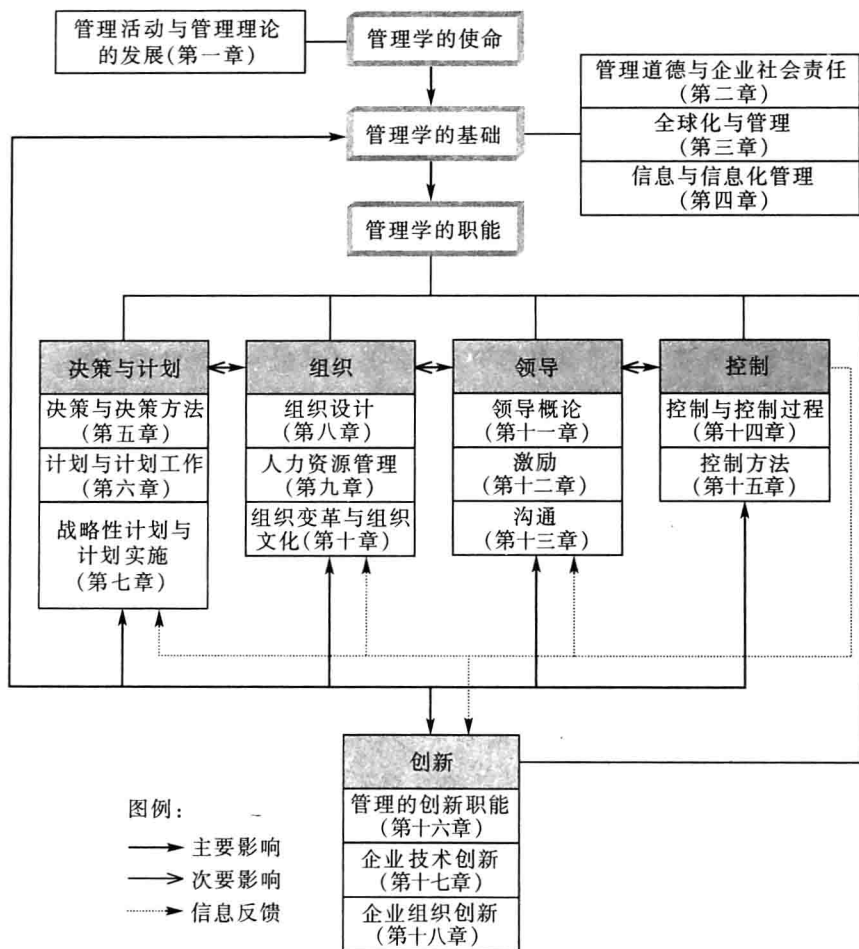
王其文:第二篇决策与计划中的第五章;

贾良定:第二篇决策与计划中的第六、七章。

本书主要是针对高等院校管理类专业的本、专科教学而写的,同时也希望对那些管理的实践者和对管理理论研究有兴趣的人能通过阅读此书在管理知识增进和管理能力提升上有所裨益。

在修订过程中我们仍努力运用了理论与实际相结合的方法:一方面,我们注意了运用相关理论对企业管理中实际问题的分析,另一方面,也努力对管理实践中出现的一些新问题进行总结以求提炼出一些新的理论和方法。我们希望能通过修订本的出版及时反映管理理论与方法的最新发展。当然,实践的不断发 展要求管理理论不断随之而更新。这将是本书作者们以及所有管理者面临的永恒的任务。让我们一起不懈地努力!

最后,我要代表全体作者向所有对本书提出过意见、建议的读者致以衷心的感谢,正是你们的宝贵意见和建议,帮助我们改进了本书第一版。在第二版的讨论稿完成后,我们曾在北京和南京召开了“管理学精品课程建设”研讨会,许多高校的管理学教师冒着酷暑高温,不远千里来参加会议,并根据自己多年应用本书教学的经验,提出了许多坦诚中肯的建设性意见,对本书的修改定稿起到了极为重要的作用。这些老师有:兰州商学院杜伟老师、兰州理工大学田华老师、西安邮电学院邹龙老师、河南师范大学楚金桥老师、中国海洋大学吴颖利老师、武汉科技大学周勇老师、南京理工大学周小虎老师、南京工业大学赵顺龙老师、南京审计学院周艳老师等。



管理学结构模型

特别使我感动的是我的老师中国人民大学李占祥教授,我在50年前就是他的学生。他十分关心这本书的修改,他临时因故不能参加会议,还亲自写了详细的书面意见,派博士生李英到会代读。当我看了那一行行工整隽秀的行书,一句句精湛深邃的论述,真是感慨万千。李老师严谨、诚朴的学风和品德永远是学生心中的楷模。

我们深知一本书的成功,不仅需要作者长期的辛勤耕耘,需要广大读者的关爱和呵护,更需要出版社社长、编辑、策划、设计、营销等许多专家的辛勤劳动,才能把这几十万字的稿子变成装帧精美的教科书,并把它送到如此众多的教师和学生手中。让我们把最后的谢意送给高等教育出版社管理分社副社长张冬梅、首席策划孙乃彬、高级策划于明及其他许多在幕后默默奉献的朋友们!

《管理学》第二版虽然称为精品教材,但离完美还很远。请我们亲爱的读者、同行,及所有的朋友们与我们一起为使这本《管理学》更完美更精致而继续努力吧!祝大家平安、喜乐!学业、事业有成!

周三多  
2005年夏  
于南京大学

# 第一版前言

受教育部高教司的委托,我们组织编写了这本主要面向高校学生的《管理学》教材。本书由南京大学周三多教授主持编写。根据周三多教授提出的思路和框架结构,南京大学国际商学院陈传明教授、鲁明泓教授、贾良定讲师以及周三多教授的博士后谈儒勇、博士研究生任荣伟和周健等同志参加了相关章节的编写工作;陈传明教授协助主编参与了结构与思路设计以及本书部分章节初稿的文字修改工作。

我们在编写过程中努力运用理论与实际相结合的方法,尽可能汲取古今中外人类在社会经济活动中所积累的管理思想和管理理论的精华,试图通过管理职能的分析来系统介绍管理学的基本原理。我们在书中将管理原则归纳为效益原则、人本原则、系统原则和道德原则,并以这一思路引导全书内容的展开,分析了管理的信息、决策、计划、组织、领导、控制以及创新等职能活动。编写中,我们既注意了工业经济时代成熟的企业管理理论的系统介绍,又充分体现了管理研究最新成果,探讨了知识经济条件下企业可能面临的组织创新。我们希望,在上述思想指导下编写的本书,不仅适用于大学本、专科段的教学,而且可对企业管理的实践者和理论研究者提供一定参考。

各章编写具体分工如下:

周三多、谈儒勇:第一篇总论,含第一章管理活动与管理理论、第二章道德与社会责任、第三章信息获取以及第四章决策;

贾良定:第二篇计划,含第五章计划与计划工作、第六章战略性计划以及第七章计划的组织实施;

周三多、任荣伟:第三篇组织,含第八章组织设计、第九章人力资源管理以及第十章组织变革与组织文化;

周三多、周健:第四篇领导,含第十一章领导概论、第十二章激励以及第十三章沟通;

鲁明泓:第五篇控制,含第十四章控制与控制过程和第十五章控制方法;

陈传明:第六篇创新,含第十六章管理的创新职能、第十七章企业技术创新以及第十八章企业组织创新。

周三多

2000/2/20 于南京

# 目录

## 第一篇 总 论

第一章 管理活动与管理理论 .....	3	第三章 全球化与管理 .....	36
第一节 管理活动 .....	3	第一节 全球化内涵 .....	36
第二节 中外早期管理思想 .....	7	第二节 全球化与管理者 .....	39
第三节 管理理论的形成与发展 .....	10	第三节 全球化与管理职能 .....	48
第二章 管理道德与企业社会责任 .....	21	第四章 信息与信息化管理 .....	58
第一节 管理与伦理道德 .....	21	第一节 信息及其特征 .....	58
第二节 几种相关的道德观 .....	23	第二节 信息管理工作 .....	60
第三节 道德管理的特征和影响管理道德的 因素 .....	25	第三节 信息化管理 .....	65
第四节 改善企业道德行为的途径 .....	29	综合案例 .....	73
第五节 企业的社会责任 .....	31	案例一 我们还能吃什么,我们还敢吃什么 ..	73
		案例二 法国总部来了个中国人 .....	74

## 第二篇 决策与计划

第五章 决策与决策方法 .....	79	第三节 计划编制过程 .....	108
第一节 决策与决策理论 .....	79	第七章 战略性计划与计划实施 .....	111
第二节 决策过程 .....	82	第一节 战略环境分析 .....	111
第三节 决策的影响因素 .....	84	第二节 战略性计划选择 .....	115
第四节 决策方法 .....	87	第三节 计划的组织实施 .....	118
第六章 计划与计划工作 .....	101	综合案例 .....	126
第一节 计划的概念及其性质 .....	101	案例一 准确决策与盲目投资 .....	126
第二节 计划的类型 .....	104	案例二 互联网思维的战略决策 .....	127

## 第三篇 组 织

第八章 组织设计 .....	131	第四节 绩效评估 .....	164
第一节 组织与组织设计 .....	131	第十章 组织变革与组织文化 .....	167
第二节 组织的部门化 .....	141	第一节 组织变革的一般规律 .....	167
第三节 组织的层级化 .....	146	第二节 管理组织变革 .....	170
第九章 人力资源管理 .....	153	第三节 组织文化及其发展 .....	176
第一节 人力资源计划 .....	153	综合案例 .....	182
第二节 员工的招聘与解聘 .....	155	案例一 万维公司的组织结构变革 .....	182
第三节 员工培训 .....	161	案例二 广东北电——人性化管理 .....	184

## 第四篇 领 导

第十一章 领导概论 .....	189	第十三章 沟通 .....	214
第一节 领导的内涵 .....	189	第一节 沟通的原理 .....	214
第二节 领导风格类型 .....	192	第二节 组织沟通 .....	217
第三节 领导理论 .....	194	第三节 沟通管理 .....	219
第十二章 激励 .....	201	第四节 组织冲突与谈判 .....	222
第一节 激励原理 .....	201	综合案例 .....	226
第二节 激励的需要理论 .....	203	案例一 “闲可钓鱼”与“无暇吃鱼” .....	226
第三节 激励的过程理论 .....	207	案例二 晋升停滞的骨干员工,留得住吗? .....	228
第四节 激励实务 .....	211		

## 第五篇 控 制

第十四章 控制与控制过程 .....	231	第三节 财务控制方法 .....	255
第一节 管理控制的必要性及其类型 .....	231	第四节 综合控制方法 .....	259
第二节 管理控制的工作内容及其要求 .....	236	综合案例 .....	264
第三节 危机与管理控制 .....	245	案例一 “模拟市场核算,实行成本否决”的邯钢模式 .....	264
第十五章 控制方法 .....	250	案例二 比利时和法国可口可乐中毒事件 .....	265
第一节 预算控制 .....	250		
第二节 生产控制 .....	253		

## 第六篇 创 新

第十六章 管理的创新职能 .....	269	第十八章 企业组织创新 .....	303
第一节 创新及其作用 .....	269	第一节 企业制度创新 .....	304
第二节 创新职能的基本内容 .....	273	第二节 企业层级结构创新 .....	311
第三节 创新过程及其管理 .....	277	第三节 企业文化创新 .....	315
第四节 工作流程的再造 .....	281	综合案例 .....	319
第十七章 企业技术创新 .....	287	案例一 从“小创新大节能”走出来的中圣集团 .....	319
第一节 技术创新及其贡献 .....	287	案例二 做“无锁而闭,无钥匙而开”中国人自己门的康尼公司 .....	320
第二节 技术创新的源泉 .....	288		
第三节 技术创新的战略及其选择 .....	293		
第四节 技术创新与产品开发 .....	298		

# 第一篇

---

## 总 论



